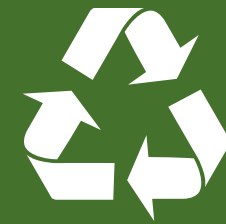


Corso Universitario

Marketing nei Centri Veterinari

PESTEL ANALYSIS

Transfer



E

- Environmental restrictions
- Climate change

tech università
tecnologica

- Regional laws

- Court

- Government stability



Corso Universitario Marketing nei Centri Veterinari

- » Modalità: online
- » Durata: 12 settimane
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtute.com/it/business-school/corso-universitario/marketing-centri-veterinari

Indice

01

Benvenuto

pag. 4

02

Perché studiare in TECH?

pag. 6

03

Perché scegliere il nostro programma?

pag. 10

04

Obiettivi

pag. 14

05

Struttura e contenuti

pag. 20

06

Metodologia

pag. 26

07

Profilo dei nostri studenti

pag. 34

08

Direzione del corso

pag. 38

09

Prospettive di carriera

pag. 44

10

Benefici per la tua azienda

pag. 48

11

Titolo

pag. 52

01 Benvenuto

Lo sviluppo di un marketing di qualità è il modo essenziale per uno studio veterinario di raggiungere il nuovo pubblico di oggi e di guadagnare e mantenere quote di mercato. In questo corso ti offriamo un piano di studi completo e un programma intensivo che ti consentirà di acquisire competenze di alto livello in questo settore.



Corso Universitario in Marketing nei Centri Veterinari. 
TECH Università Tecnologica

“

*Aggiornati sul Marketing nei Centri Veterinari,
con questo programma completo sui nuovi
metodi di lavoro raccolti in un unico Corso
Universitario intensivo di alto livello”*

02

Perché studiare in TECH?

TECH è la più grande scuola di business 100% online del mondo. Si tratta di una Business School d'élite, con un modello dotato dei più alti standard accademici. Un centro internazionale ad alto rendimento per la formazione intensiva di competenze manageriali.



“

TECH è l'università all'avanguardia della tecnologia, che agglomera tutte le risorse a sua disposizione con l'obiettivo di aiutare lo studente a raggiungere il successo aziendale”

In TECH Università Tecnologica



Innovazione

L'università offre un modello di apprendimento online che combina le ultime tecnologie educative con il massimo rigore pedagogico. Un metodo unico con il più alto riconoscimento internazionale che fornirà allo studente le chiavi per inserirsi in un mondo in costante cambiamento, in cui l'innovazione è concepita come la scommessa essenziale di ogni imprenditore.

"Caso di Successo Microsoft Europa" per aver incorporato l'innovativo sistema multi-video interattivo nei nostri programmi.



Massima esigenza

Il criterio di ammissione di TECH non è economico. Non è necessario investire eccessivamente per studiare in questa università. Tuttavia, per ottenere un titolo rilasciato da TECH, i limiti dell'intelligenza e della capacità dello studente saranno sottoposti a prova. I nostri standard accademici sono molto alti.

Il 95%

degli studenti di TECH termina i suoi studi con successo



Networking

In TECH partecipano professionisti provenienti da tutti i Paesi del mondo al fine di consentire allo studente di creare una vasta rete di contatti utile per il suo futuro.

+100.000

manager specializzati ogni anno

+200

nazionalità differenti



Empowerment

Lo studente cresce di pari passo con le migliori aziende e professionisti di grande prestigio e influenza. TECH ha instaurato alleanze strategiche e una preziosa rete di contatti con i principali esponenti economici provenienti dai 7 continenti.

+500

Accordi di collaborazione con le migliori aziende



Talento

Il nostro programma è una proposta unica per far emergere il talento dello studente nel mondo imprenditoriale. Un'opportunità unica di affrontare i timori e la propria visione relativi al business.

TECH si propone di aiutare gli studenti a mostrare al mondo il proprio talento grazie a questo programma.



Contesto Multiculturale

Gli studenti che intraprendono un percorso con Tech possono godere di un'esperienza unica. Studierai in un contesto multiculturale. Lo studente, inserito in un contesto globale, potrà addentrarsi nella conoscenza dell'ambito lavorativo multiculturale mediante una raccolta di informazioni innovativa e che si adatta al proprio concetto di business.

Gli studenti di TECH provengono da più di 200 nazioni differenti.

TECH punta all'eccellenza e dispone di una serie di caratteristiche che la rendono unica:



Analisi

In TECH esploriamo il tuo lato critico, la tua capacità di affrontare le incertezze, la tua competenza nel risolvere i problemi e risaltare le tue competenze interpersonali.



Eccellenza accademica

Tech fornisce allo studente la migliore metodologia di apprendimento online. L'università unisce il metodo Relearning (una metodologia di apprendimento post-laurea che ha ottenuto un'eccellente valutazione a livello internazionale) al Metodo Casistico. Un difficile equilibrio tra tradizione e avanguardia, visto l'esigente contesto accademico nel quale è inserito.



Economia di scala

TECH è la più grande università online del mondo. Possiede più di 10.000 titoli universitari. Nella nuova economia, **volume + tecnologia = prezzo dirompente**. In questo modo, garantiamo che lo studio non sia eccessivamente costoso rispetto ad altre università.



Impara dai migliori del settore

Il personale docente di TECH contribuisce a mostrare agli studenti il proprio bagaglio di esperienze attraverso un contesto reale, vivo e dinamico. Si tratta di docenti impegnati in una specializzazione di qualità che permette allo studente di avanzare nella sua carriera e distinguersi in ambito imprenditoriale.

Professori provenienti da 20 nazionalità differenti.



In TECH avrai accesso ai casi di studio più rigorosi e aggiornati del mondo accademico

03

Perché scegliere il nostro programma?

Studiare con TECH significa moltiplicare le tue possibilità di raggiungere il successo professionale nell'ambito dell'alta direzione aziendale.

È una sfida che comporta sforzo e dedizione, ma che apre le porte a un futuro promettente. Lo studente imparerà dai migliori insegnanti e con la metodologia educativa più flessibile e innovativa.



“

Possediamo il personale docente più prestigioso e il programma più completo del mercato, che ci permette di offrire un percorso educativo di altissimo livello accademico"

Questo programma fornirà molteplici vantaggi professionali e personali, tra i quali:

01

Dare una spinta decisiva alla carriera dello studente

Gli studenti di TECH saranno in grado di prendere le redini del loro futuro e sviluppare il loro pieno potenziale. Grazie a questo programma acquisirai le competenze necessarie per ottenere un cambiamento positivo nella tua carriera e in un breve periodo di tempo.

Il 70% dei partecipanti a questa specializzazione ottiene un cambiamento di carriera positivo in meno di 2 anni.

02

Svilupperai una visione strategica e globale dell'azienda

TECH offre una visione approfondita della gestione generale per comprendere come ogni decisione influenzi le diverse aree funzionali dell'azienda.

La nostra visione globale di azienda migliorerà la tua visione strategica.

03

Consolidare lo studente nella gestione aziendale superiore

Studiare in TECH significa aprire le porte ad un panorama professionale di grande rilevanza affinché gli studenti possano ottenere il ruolo di manager di alto livello e acquisiscano un'ampia visione dell'ambiente internazionale.

Lavorerai con più di 100 casi reali di alta direzione.

04

Assumerai nuove responsabilità

Durante il programma, verranno presentate le ultime tendenze, gli sviluppi e le strategie che consentono allo studente di lavorare in un contesto in continuo cambiamento.

Il 45% degli studenti ottiene una promozione interna nel proprio lavoro.

05

Accesso a una potente rete di contatti

TECH promuove l'interazione dei suoi studenti per massimizzare le opportunità. Si tratta di studenti che condividono le stesse insicurezze, timori e il desiderio di crescere professionalmente. Questa rete consentirà di condividere partner, clienti o fornitori.

Troverai una rete di contatti essenziali per la tua crescita professionale.

06

Svilupperai il progetto di business in modo rigoroso

Lo studente acquisirà una profonda visione strategica che lo aiuterà a sviluppare il proprio progetto, considerando le diverse aree dell'azienda.

Il 20% dei nostri studenti sviluppa la propria idea di business.

07

Migliorerai le *soft skills* e competenze direttive

TECH aiuta gli studenti ad applicare e sviluppare le conoscenze acquisite e a migliorare le loro capacità interpersonali al fine di raggiungere una leadership che fa la differenza.

Migliora le tue capacità di comunicazione e di leadership e dai una svolta alla tua professione.

08

Farai parte di una comunità esclusiva

Ti offriamo l'opportunità di far parte di una comunità di manager d'élite, grandi aziende, istituzioni rinomate e professori qualificati delle Università più prestigiose del mondo: la comunità TECH Università Tecnologica.

Ti diamo l'opportunità di specializzarti con un personale docente di rinomato prestigio internazionale.

04 Obiettivi

Acquisisci tutti gli strumenti personali per padroneggiare i processi di marketing applicati ai centri veterinari. Tutto questo attraverso una specializzazione di alta qualità che ti permetterà di apprendere in modo realistico con un obiettivo di applicazione immediata dell'apprendimento.



“

*Un apprendimento intensivo ed efficace che ti
porterà a un nuovo livello nella tua professione”*

TECH rende propri gli obiettivi dei suoi studenti.

Lavoriamo insieme per raggiungerli.

Il Corso Universitario in Marketing nei Centri Veterinari prepara lo studente a:

01

Definire le tipologie di clienti di un centro veterinario e gli stili comunicativi che meglio si adattano a essi

04

Analizzare le situazioni di distorsione delle emozioni e le lamentele per gestirle in modo efficace

02

Sviluppare le competenze comunicative necessarie in un centro veterinario



03

Dimostrare e sviluppare empatia in un ambulatorio veterinario

05

Gestire e valutare la qualità dell'assistenza ai clienti in uno studio veterinario

06

Stabilire e sviluppare i portafogli dei clienti con l'uso di strumenti pratici

08

Analizzare ed elaborare la visita perfetta per i clienti del centro veterinario



09

Analizzare l'evoluzione del marketing e il suo significato nell'attuale marketing esperienziale

07

Progettare e sviluppare modelli di Customer Experience (CX) per ottenere la migliore User Experience (UX) possibile

10

Riflettere sulla necessità e sull'obbligo di fidelizzare i clienti

11

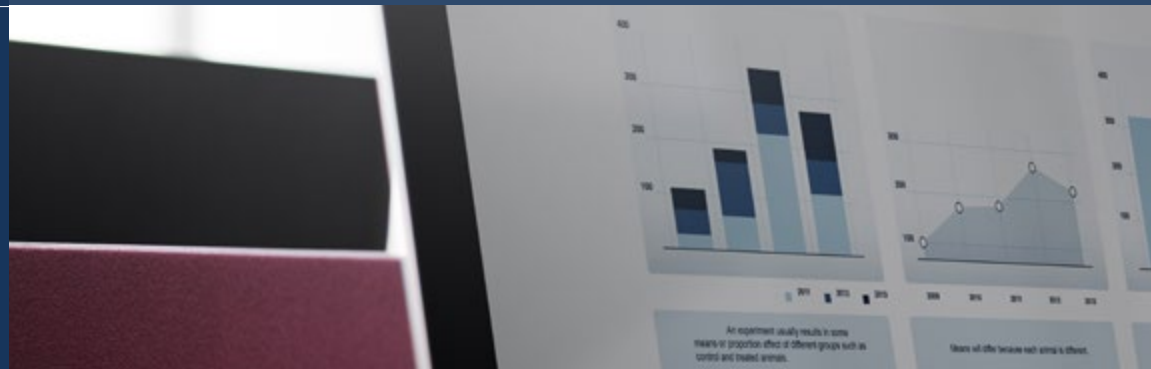
Esaminare la differenza nella vendita di servizi e prodotti

14

Sviluppare una metodologia pratica per il servizio clienti telefonico

12

Determinare il prezzo di una prestazione veterinaria



13

Proporre una metodologia per la determinazione dei prezzi dei servizi veterinari

15

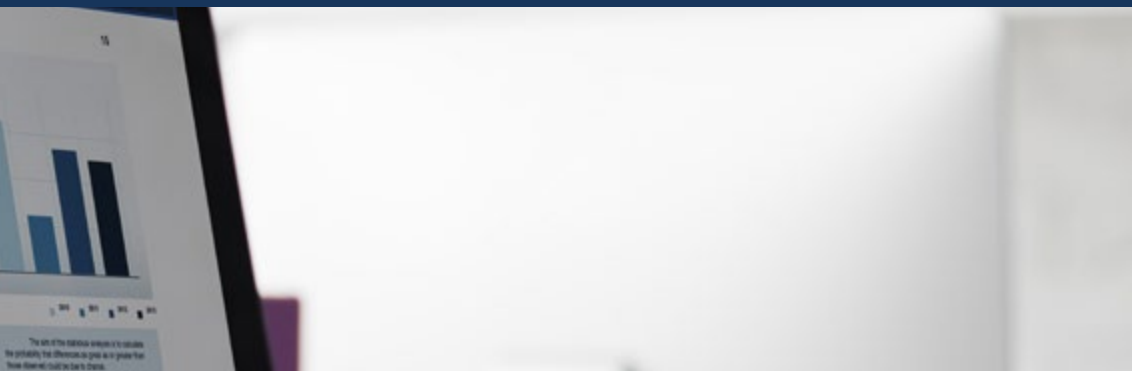
Preparare ad addebitare sempre tutto ciò che viene fatto e fatturato

16

Identificare i mezzi pubblicitari più appropriati per ogni azione

18

Determinare le basi pratiche per aumentare le vendite attraverso il cross-selling



19

Mostrare i diversi strumenti di fidelizzazione dei clienti

17

Stabilire una metodologia per la gestione di reclami e richieste di risarcimento

20

Comprendere che il marketing digitale deve avere lo stesso peso del marketing analogico

05

Struttura e contenuti

Il Corso Universitario in Marketing nei Centri Veterinari aiuterà lo studente ad acquisire conoscenze e competenze e a ottenere un apprendimento pratico in un ambiente di lavoro stimolante ed efficace.



“

*Trasforma le conoscenze in competenze reali
e inizia ad agire come un esperto di Marketing
nei Centri Veterinari"*

Piano di studi

Questa proposta didattica è stata creata per consentire agli studenti di acquisire le conoscenze necessarie del settore in modo intensivo ed efficace. Un'opportunità per migliorare la propria preparazione, con la comodità del metodo online più efficace del mercato didattico. TECH ti offre l'opportunità di acquisire le conoscenze di questo settore e accrescere la tua preparazione accademica. Inoltre, grazie a questo Corso Universitario, avrai accesso a un metodo di lavoro progettato per essere pienamente compatibile con la tua vita professionale o personale. Coloro che desiderano ottenere un cambiamento positivo a livello professionale, creare una rete con i migliori attraverso un interessante universo online e appartenere a una nuova generazione di professionisti, in grado di sviluppare il proprio lavoro ovunque nel mondo, troveranno in questo programma la loro strada. Durante il corso, lo studente analizzerà molteplici casi pratici attraverso il lavoro individuale e di gruppo. Si tratta, dunque, di un apprendimento pratico basato in contesti aziendali reali. Il contenuto è ideato per promuovere lo sviluppo di competenze che consentono un processo decisionale più rigoroso in ambienti incerti.

Questa proposta didattica è stata creata per consentire agli studenti di acquisire le conoscenze necessarie del settore in modo intensivo ed efficace. Un'opportunità per migliorare la propria preparazione, con la comodità del metodo online più efficace del mercato didattico. TECH ti offre l'opportunità di acquisire le conoscenze di questo settore e accrescere la tua preparazione accademica. Inoltre, grazie a questo Corso Universitario, avrai accesso a un metodo di lavoro progettato per essere pienamente compatibile con la tua vita professionale o personale. Coloro che desiderano ottenere un cambiamento positivo a livello professionale, creare una rete con i migliori attraverso un interessante universo online e appartenere a una nuova generazione di professionisti, in grado di sviluppare il proprio lavoro ovunque nel mondo, troveranno in questo programma la loro strada. Questo Programma Universitario ha la durata di 12 settimane ed è offerto interamente online.

Modulo 1.

Il cliente/utente dei centri veterinari

Modulo 2.

Marketing applicato nei centri veterinari



Dove, quando e come si impartisce?

TECH offre la possibilità di svolgere questo Corso Universitario in Marketing nei Centri Veterinari completamente online. Durante i 12 settimane della specializzazione, lo studente potrà accedere a tutti i contenuti di questo programma in qualsiasi momento, il che gli consente di autogestire il suo tempo di studio.

*Un'esperienza educativa
unica, chiave e decisiva
per potenziare la tua
crescita professionale e
dare una svolta definitiva.*

Modulo 1. Il cliente/utente dei centri veterinari

1.1. L'assistenza ai clienti nei centri veterinari

- 1.1.1. L'eccellenza nell'assistenza ai clienti
- 1.1.2. La gestione dell'assistenza ai clienti
- 1.1.3. La compliance nei centri veterinari come strumento di fidelizzazione

1.2. La comunicazione faccia a faccia nei centri veterinari

- 1.2.1. Vantaggi pratici della comunicazione con i clienti
- 1.2.2. Paradigma attuale
- 1.2.3. Esigenze del cliente
- 1.2.4. Gestione della qualità del servizio clienti
 - 1.2.4.1. Canali di comunicazione con il cliente
 - 1.2.4.2. Sistemi informatici/database (CRM)
 - 1.2.4.3. Indagini di valutazione della qualità

1.3. Competenze comunicative essenziali per i professionisti delle istituzioni veterinarie

- 1.3.1. La domanda nella comunicazione professionale
- 1.3.2. L'ascolto nella comunicazione professionale
- 1.3.3. Comunicazione non verbale
- 1.3.4. Comunicazione verbale
- 1.3.5. La prossemica negli stabilimenti veterinari

1.4. L'empatia come abilità fondamentale nelle relazioni con i clienti del XXI secolo nei centri veterinari

- 1.4.1. Definizione e descrizione
- 1.4.2. Espressioni di empatia
- 1.4.3. Strumenti per lavorare sull'empatia con i clienti nelle cliniche veterinarie

1.5. Metodologia per affrontare con successo le situazioni difficili con i clienti dei centri veterinari

- 1.5.1. Le quattro abitudini essenziali dei medici altamente efficaci
- 1.5.2. Caratteristiche del conflitto tra professionisti e clienti
- 1.5.3. Metodologia per affrontare le situazioni difficili con i clienti dei centri veterinari
 - 1.5.3.1. Identificare il problema
 - 1.5.3.2. Scoprire il significato
 - 1.5.3.3. Cogliere le opportunità
 - 1.5.3.4. Stabilire i confini della relazione
 - 1.5.3.5. Offrire l'aiuto necessario per risolvere il problema
- 1.5.4. Strumento per il miglioramento delle capacità di comunicazione professionale

1.6. La comunicazione durante la visita dal veterinario

- 1.6.1. Introduzione
- 1.6.2. Il modello di Calgary-Cambridge applicato alla pratica veterinaria
 - 1.6.2.1. Fase di preparazione
 - 1.6.2.2. Inizio della visita
 - 1.6.2.3. Raccolta di informazioni
 - 1.6.2.4. Risultati e pianificazione
 - 1.6.2.5. Fornire informazioni adeguate
 - 1.6.2.6. Comprensione reciproca
 - 1.6.2.7. Termine della visita
- 1.6.3. Comunicare le cattive notizie ai clienti delle strutture veterinarie

1.7. Strategie per la gestione delle relazioni con i clienti in uno studio veterinario

- 1.7.1. Marketing relazionale
- 1.7.2. Le principali aspettative dei clienti e degli utenti dei centri veterinari
- 1.7.3. Gestione delle relazioni con i clienti a < lungo termine
 - 1.7.3.1. Modello MSMC (Miglior servizio per i migliori clienti)
 - 1.7.3.2. Il nuovo paradigma dei CRM

1.8. Segmentazione dei clienti e profilazione dei clienti di uno studio veterinario

- 1.8.1. Segmenti e portafogli clienti
 - 1.8.1.1. Il processo per individuare il portafoglio clienti di centri veterinari
- 1.8.2. I vantaggi strategici del portafoglio clienti
- 1.8.3. Clienti più preziosi (MVC)

1.9. Esperienza del cliente (CX) e esperienza dell'utente (UX) negli studi veterinari

- 1.9.1. Il momento della verità
- 1.9.2. Elementi che compongono l'Esperienza Cliente
- 1.9.3. Esperienza Utente

1.10. Applicazione pratica dell'esperienza del cliente e dell'utente nei centri veterinari

- 1.10.1. Fasi
 - 1.10.1.1. Studio e analisi delle esperienze degli utenti
 - 1.10.1.2. Definizione della piattaforma esperienziale
 - 1.10.1.3. Progettazione e pianificazione delle esperienze
 - 1.10.1.4. Strutturare il contatto o l'incontro con i clienti
 - 1.10.1.5. Metodologia pratica

Modulo 2. Marketing applicato nei centri veterinari

2.1. Marketing nei centri veterinari

- 2.1.1. Definizioni
- 2.1.2. Esigenze-Motivi di acquisto
- 2.1.3. Domanda e Offerta
- 2.1.4. Evoluzione del marketing
- 2.1.5. Le aziende di oggi
- 2.1.6. Il cliente di oggi
- 2.1.7. La fidelizzazione: Il marketing nel XXI secolo

2.2. Cosa si vende nei centri veterinari?

- 2.2.1. Prodotti
- 2.2.2. Servizi
- 2.2.3. Differenze tra prodotti e servizi
- 2.2.4. Le 4P dei prodotti
- 2.2.5. Le 7P dei servizi

2.3. I servizi e i prodotti dei centri veterinari

- 2.3.1. Portafoglio di servizi
- 2.3.2. Portafoglio di prodotti
- 2.3.3. Come vendere i prodotti?
- 2.3.4. Come vendere i servizi?
- 2.3.5. Differenziazione - Valore aggiunto
- 2.3.6. Tecnica CABA
- 2.3.7. Il Neuro Marketing e la sua applicazione alle vendite

2.4. Il prezzo dei servizi e dei prodotti dei centri veterinari

- 2.4.1. L'importanza del prezzo in un'azienda
- 2.4.2. La relatività del prezzo nei servizi
- 2.4.3. Come stabilire i prezzi di un servizio?
- 2.4.4. Come stabilire i prezzi di un prodotto?
- 2.4.5. Listino prezzi
- 2.4.6. Come stabilire i prezzi di un servizio per i clienti?
- 2.4.7. Come confutare i commenti sui prezzi elevati?
- 2.4.8. Curva dell'elasticità della domanda rispetto al prezzo
- 2.4.9. Modelli di gestione dei prezzi nei centri veterinari
- 2.4.10. Come far pagare tutti i servizi e cosa fare in caso contrario?

2.5. Comunicazione con i clienti dei centri veterinari

- 2.5.1. Comunicazione con il cliente interno: i dipendenti
- 2.5.2. Necessità: coordinamento dei messaggi
- 2.5.3. La multicanalità e l'omnicanalità
- 2.5.4. Nella sala d'attesa
- 2.5.5. Nel servizio clienti telefonico
- 2.5.6. Durante la visita
- 2.5.7. Promemoria
- 2.5.8. Campagne di prevenzione sanitaria
- 2.5.9. Dr. Google Vet. e la sua gestione da parte del veterinario
- 2.5.10. I motivi per cui un cliente cambia veterinario
- 2.5.11. Sondaggi di soddisfazione
- 2.5.12. Reclami in uno studio veterinario

2.6. Pubblicità nei centri veterinari

- 2.6.1. Che tipo di clienti voglio raggiungere?
- 2.6.2. Sala d'attesa
- 2.6.3. Elementi promozionali
- 2.6.4. Media scritti
- 2.6.5. Media digitali
- 2.6.6. Altri

2.7. Cross-selling nei centri veterinari

- 2.7.1. Cos'è e a cosa serve?
- 2.7.2. Tipi di cross-selling
- 2.7.3. Come realizzarlo?
- 2.7.4. Servizio + Servizio
- 2.7.5. Servizio + Prodotto
- 2.7.6. Prodotto + Prodotto
- 2.7.7. Lavoro di Squadra

2.8. Merchandising

- 2.8.1. Definizioni
- 2.8.2. I Pilastrini
- 2.8.3. Obiettivi
- 2.8.4. Il processo decisionale di acquisto e le tipologie di acquisto
- 2.8.5. L'esterno del centro
 - 2.8.5.1. La facciata
 - 2.8.5.2. Identità
 - 2.8.5.3. La porta
 - 2.8.5.4. La vetrina
- 2.8.6. L'interno del centro
 - 2.8.6.1. Assortimento
 - 2.8.6.2. Disposizione dello spazio
- 2.8.7. Gestione delle scorte
- 2.8.8. Animazione nel punto di vendita
 - 2.8.8.1. Esterna
 - 2.8.8.2. Interna
 - 2.8.8.3. PLV
 - 2.8.8.4. Promozioni

2.9. Marketing Digitale nei centri veterinari

- 2.9.1. Informazioni generali
- 2.9.2. Effetto ROPO
- 2.9.3. *Blending* Marketing: offline e online
- 2.9.4. La pagina web di un centro veterinario

2.9.5. Le Reti Sociali applicate ai centri veterinari

- 2.9.5.1. Facebook
- 2.9.5.2. Twitter
- 2.9.5.3. Instagram
- 2.9.5.4. Canale Youtube
- 2.9.6. *Email* Marketing
- 2.9.7. Strumenti di messaggistica istantanea

2.10. Strumenti di fidelizzazione per i clienti dei centri veterinari

- 2.10.1. Non tutti i clienti hanno lo stesso valore
- 2.10.2. Piani sanitari
- 2.10.3. Campagne di prevenzione sanitaria
- 2.10.4. Assicurazione veterinaria
- 2.10.5. Sistemi di accumulo di punti
- 2.10.6. Coupon di sconti
- 2.10.7. Altri

06

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: *il Relearning*.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il *New England Journal of Medicine*.





“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

La Business School di TECH utilizza il Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Il nostro programma ti prepara ad affrontare sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nel tuo business.



Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e aziendale più attuali.

“ *Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali”*

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori business school del mondo da quando esistono. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Il nostro sistema online ti permetterà di organizzare il tuo tempo e il tuo ritmo di apprendimento, adattandolo ai tuoi impegni. Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o mobile con una connessione internet.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra scuola di business è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.





Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione che punta direttamente al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



Stage di competenze manageriali

Svolgerai attività per sviluppare competenze manageriali specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che un senior manager deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e tutorati dai migliori specialisti in senior management del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



07

Profilo dei nostri studenti

Questo programma è rivolto a professionisti della direzione e della gestione di centri veterinari o a persone interessate a lavorare nella gestione delle risorse umane in questi centri.



“

Acquisisci le competenze professionali di un esperto di Marketing nei Centri Veterinari con questo programma pensato appositamente per te"

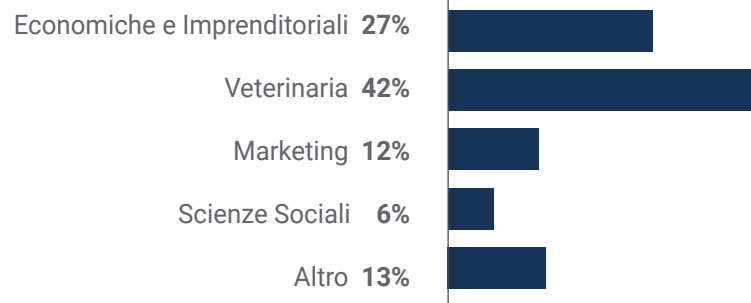
Età media

Da **35** a **45** anni

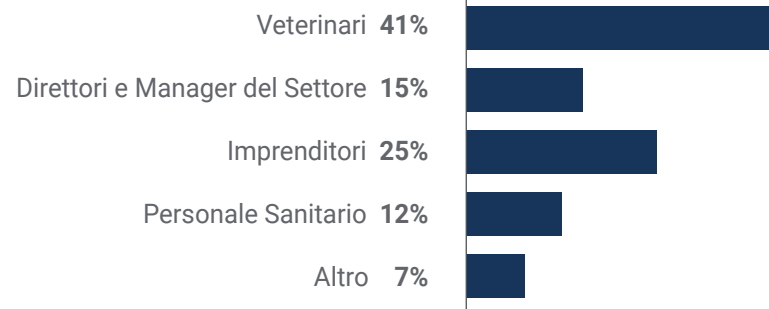
Anni di esperienza



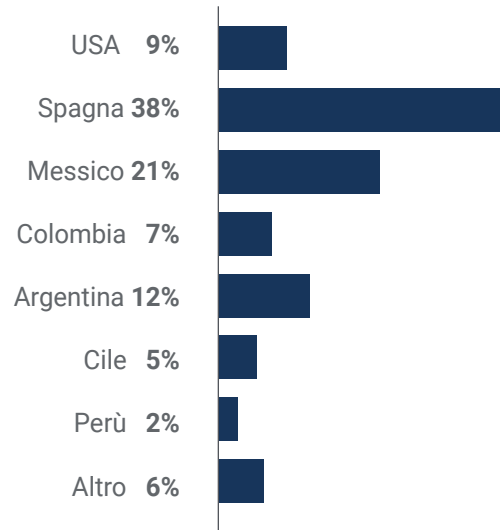
Educazione



Profilo accademico



Distribuzione geografica



Vicente García

Direttore di un centro veterinario

"Questo Corso Universitario mi ha permesso di aggiornarmi in modo semplice e veloce e di applicare le conoscenze acquisite nel mio lavoro. È stata una bella esperienza. Grazie"

08

Direzione del corso

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti in gestione e direzione di cliniche veterinarie, che apportano a questa specializzazione l'esperienza del loro lavoro. Inoltre, altri specialisti di riconosciuto prestigio in aree correlate partecipano alla sua progettazione ed elaborazione, completando il Corso Universitario in modo interdisciplinare e rendendolo, in questo modo, un'esperienza unica e altamente specializzante a livello accademico.



“

Disponiamo del miglior personale docente per mantenerti aggiornato sulle più importanti questioni relative alla direzione e alla gestione delle cliniche veterinarie"

Direzione



Dott. Barreneche Martínez, Enrique

- ◆ Direttore della compagnia di consulenza VetsPower.com, impresa di consulenza aziendale con dedica esclusiva ai centri veterinari per animali da compagnia
- ◆ Laurea in Medicina Veterinaria presso l'Università Complutense di Madrid nel 1990
- ◆ Vice-presidente dell'associazione provinciale dei datori di lavoro del settore veterinario di Alicante, AEVA, e tesoriere della Confederazione delle associazioni dei datori di lavoro del settore veterinario della Spagna (CEVE)
- ◆ Co-fondatore del Gruppo di Lavori e Amministrazione di AVEPA (GGA), di cui è stato presidente tra il 2011 e il 2013
- ◆ Esperienza aziendale propria. Fondatore e proprietario del Centro Veterinario Amic di Alicante dal 1991 al 2018, si è trasferito per dedicarsi esclusivamente alla gestione aziendale nel settore dei centri sanitari veterinari per animali domestici.
- ◆ Autore dei libri sulla gestione aziendale dei centri veterinari "Chi ha rilevato il mio centro veterinario?" (2009) e "Ho trovato il mio centro veterinario!" (2013)
- ◆ Co-autore di due libri e autore di capitoli specifici in altre pubblicazioni finalizzate alla formazione degli assistenti di clinica veterinaria (VCA).
- ◆ Relatore in diversi corsi e workshop sulla gestione aziendale dei centri veterinari, sia in presenza che online, sia in Spagna che all'estero
- ◆ Dal 1999 ha tenuto numerose conferenze, corsi e webinar per il personale ausiliario dei centri veterinari.

Personale docente

Dott. Villaluenga, José Luis

- Laurea in Scienze Biologiche presso l'Università Complutense di Madrid.(1979)
- Master Universitario in Marketing Digitale, EAE e Università di Barcellona (2016)
- Master Universitario in Direzione e Gestione delle Risorse Umane, EAE e Università di Barcellona (2018)
- Professore Associato dal 2012 presso la Facoltà di Veterinaria dell'Università Alfonso X El Sabio, Madrid (Spagna) nel Corso di Laurea in Veterinaria, materie di Genetica Veterinaria e di Etnologia (Modulo: Gestione e Marketing nell'ambito veterinario)
- Professore dell'area di "Assistenza al Cliente", dal 2017, presso FORVET, Centro di Formazione Veterinaria per Tecnici Ausiliari Veterinari a Madrid (Spagna)
- Professore del Master in Medicina Sportiva Equina dell'Università di Cordoba (Spagna), dal 2019. Modulo: Marketing e gestione dell'impresa veterinaria equina
- Professore del corso di Esperto in Fisioterapia e Riabilitazione per Animali di Piccola Taglia: Cani e gatti, area: Gestione aziendale di un centro di riabilitazione di animali di piccola taglia, dal 2017, presso l'Università Complutense di Madrid, Spagna.
- 2016 – Oggi: Creazione in qualità di socio fondatore dell'impresa Rentabilidad Veterinaria, SL. L'impresa si dedica alla gestione aziendale di centri veterinari di animali da compagnia. Sviluppa progetti di consulenza, formazione e valutazione di imprese, gestione delle risorse umane, gestione economico-finanziaria e fondazione di nuove imprese
- 2000 – Oggi: Lavora con un consulente specializzato in gestione aziendale di cliniche veterinarie

Dott. Martín González, Abel

- Laurea in Veterinaria presso l'Università Complutense di Madrid nel 1989
- Studi di dottorato, senza presentazione della tesi
- Docente collaboratore della "Junta de Comunidades de Castiglia La Mancia" nei corsi sulla Gestione dell'Azienda Zootecnica
- Conferenze su ecografia e controllo della riproduzione organizzate da AESLA (Asociación de Criadores de Raza Lacaunne) in diverse località della Spagna.
- Relatore nel Ciclo di Conferenze sulla Malattie del Toro da Corrida organizzato dal Collegio di Veterinari di Madrid
- Conferenze sulla Gestione delle Cliniche Veterinarie organizzate dal Gruppo di Gestione AVEPA
- Relatore in diversi congressi nazionali organizzati da AVEPA (GTA-AVEPA, IVEE-AVEPA).
- Esperto INCUAL nella stesura della qualifica professionale di Assistenza e aiuto sanitario nella gestione degli animali da allevamento
- Veterinario libero professionista in qualità di direttore tecnico di Aziende Zootecniche, di bovini, ovini, equini e suini
- Direttore Tecnico di ADSG di Castiglia-La Mancia (Spagna): ADSG Bovino Castillo de Bayuela, ADSG Bovino La Jara, ADSG Estensivo Belvis, ADSG Bovino Los Navalmorales, ADSG Suino La Jara
- Direttore Tecnico della Marca di Qualità di Carne della Sierra de San Vicente
- Direttore delle Cliniche Veterinarie Talavera e Veco di Talavera de la Reina
- Direttore dell'Ospedale Clinico Veterinario di Talavera
- Membro fondatore di CEVE (Confederazione Imprese Veterinarie Spagnole) di cui è attualmente il Vice-presidente Membro della Commissione per la Salute di CEVE e della Commissione Digitale di CEVE
- Membro fondatore della CEVE-CLM (Confederazione Imprenditoriale Veterinaria di Castilla La Mancha), di cui è attualmente presidente

Dott.ssa Saleno, Delia

- ♦ Studi di dottorato (2000- 2003) senza presentazione della tesi
- ♦ Laurea in Veterinaria presso l'Università di Scienze Agricole e Medicina Veterinaria di Cluj-Napoca (Romania)
- ♦ Diploma di Studi Avanzati in Clinica di Animali di Piccola Taglia (2000)
- ♦ Studi Avanzati in Citogenetica presso l'Università di Cordoba (2005) con uno studio sulla Infertilità negli Equini
- ♦ Corso per imprenditori (500 ore) di EOI nel 2007 a Palma di Maiorca (Spagna)
- ♦ Corso di qualificazione come valutatore nelle procedure di accreditamento delle competenze professionali acquisite attraverso l'esperienza lavorativa in agricoltura
- ♦ Ricercatrice pre-dottorato presso il Dipartimento di Riproduzione Animale della Facoltà di Medicina Veterinaria di Cluj-Napoca (Romania)
- ♦ Ricercatrice pre-dottorato presso il Dipartimento di Genetica dell'Università di Cordoba (Spagna).
- ♦ Opera in cliniche di medicina veterinaria per cani e gatti da oltre 20 anni, inizialmente presso l'Ospedale Veterinario Universitario di Cluj-Napoca e successivamente in varie cliniche e ospedali in Spagna
- ♦ Nel 2008 inizia la sua attività imprenditoriale con una clinica veterinaria di Palma di Maiorca: Clinica Veterinaria Son Dureta
- ♦ È membro fondatore della Empresaris Veterinaris de les Illes Balears (EMVETIB) e della Confederazione Imprese Veterinarie Spagnole (CEVE). Ha ricoperto la presidenza di EMVETIB dal novembre 2012 e la presidenza della CEVE dal marzo 2017.
- ♦ Da settembre 2018 è membro del Consiglio di Amministrazione di CEOE.
- ♦ Rappresentante del settore veterinario in vari forum economici nazionali e internazionali e in osservatori settoriali e gruppi di lavoro del Ministero dell'Istruzione, del Ministero del Lavoro e del Ministero dell'Agricoltura





Dott. Rotger Campins, Sebastià

- ◆ Ingegnere Superiore in Telecomunicaciones
- ◆ Laurea in Ingegneria Navale e Trasporto Marittimo
- ◆ Capitano della Marina Mercantile
- ◆ Istruttore di Immersioni subacquee professionali
- ◆ Segretario della Confederazione Imprese Veterinarie Spagnole CEVE
- ◆ Responsabile del Dipartimento di Diritto del Lavoro, Organizzazione e Formazione della CEVE
- ◆ Segretario di Empresaris Veterinaris, Isole Baleari (EMVETIB)
- ◆ Presidente della Commissione dei Servizi della Confederazione delle Associazioni Aziendali delle Baleari (CAEB)
- ◆ Membro del Comitato Esecutivo della CAEB
- ◆ Presidente del Comitato Nazionale di Negoziazione del Contratto Collettivo per i Centri e i Servizi Sanitari Veterinari
- ◆ Responsabile della clinica veterinaria Veterinari Son Dureta SLP

Dott. Vilches Sáez, José

- ◆ Responsabile del progetto CursoACV.com
- ◆ Responsabile della piattaforma di formazione Cursoveterinaria.com
- ◆ Responsabile del progetto – Duna Formación
- ◆ Responsabile commerciale - Gesvilsa
- ◆ Responsabile presso Formación Professional Duna, SL
- ◆ Community Manager
- ◆ Gestione della Segreteria - AGESVET
- ◆ Responsabile commerciale per la Spagna - ProvetCloud
- ◆ Responsabile tecnico commerciale - Guerrero Coves

09

Prospettive di carriera

Siamo consapevoli che realizzare un programma di queste caratteristiche è un importante investimento finanziario, professionale e, naturalmente, personale. L'obiettivo finale di questo grande sforzo dovrebbe essere la crescita professionale. E raggiungerla con una comprovata efficienza.



“

*Generare un cambiamento positivo verso una
traiettoria professionale: questa è la nostra sfida. Ci
impegniamo al massimo per aiutarti a raggiungerlo”*

Sei pronto a dare una svolta? Un eccellente miglioramento professionale ti aspetta

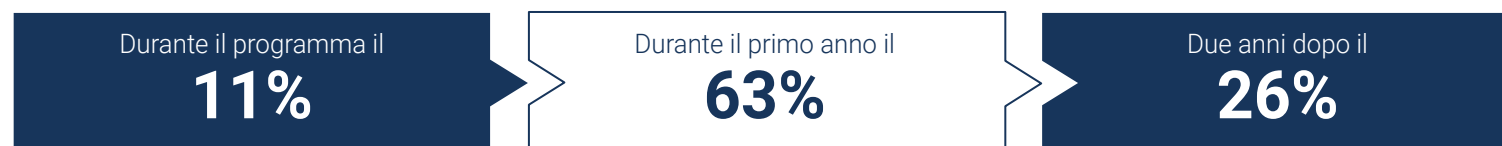
Grazie a questa preparazione potrai avanzare in maniera drastica nella tua professione; per farlo dovrai senza dubbio investire in diversi ambiti, come quello economico, professionale e personale.

Certamente, se l'obiettivo è migliorare la tua vita professionale, dovrai lottare.

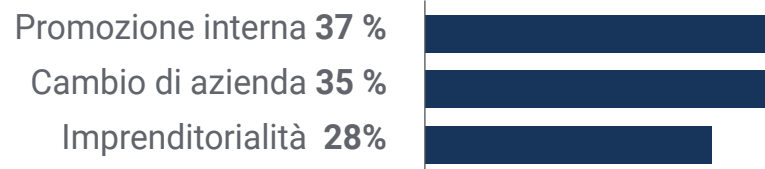
Grazie a questo programma educativo riceverai un alto numero di offerte lavorative, con cui potrai dare il via alla tua crescita professionale.

Inserisci nel tuo CV un Corso Universitario altamente specializzato e muoviti in nuove aree di lavoro e di sviluppo professionale.

Momento del cambiamento



Tipo di cambiamento



Miglioramento salariale

La realizzazione di questo programma prevede per i nostri studenti un incremento salariale superiore al **25,22%**



10

Benefici per la tua azienda

Il Corso Universitario in Marketing nei Centri Veterinari aiuta ad elevare il talento dell'organizzazione al suo massimo potenziale attraverso la preparazione di leader di alto livello.

Partecipare a questo Corso Universitario è un'opportunità unica per avere accesso a una potente rete di contatti in cui trovare futuri soci professionisti, clienti o fornitori.



“

Nell'era digitale, il manager apporterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono generare cambiamenti significativi nell'organizzazione”

Sviluppare e mantenere il talento nelle aziende è il miglior investimento a lungo termine.

01

Crescita del talento e del capitale intellettuale

Il manager porterà all'azienda nuovi concetti, strategie e prospettive che possono portare cambiamenti significativi nell'organizzazione.

02

Trattenere i manager ad alto potenziale ed evitare la fuga di cervelli

Questo programma rafforza il legame tra l'azienda e il manager e apre nuove vie di crescita professionale all'interno dell'azienda.

03

Creare agenti di cambiamento

Il manager sarà in grado di prendere decisioni in tempi di incertezza e di crisi, aiutando l'organizzazione a superare gli ostacoli.

04

Incremento delle possibilità di espansione internazionale

Grazie a questo programma, l'azienda entrerà in contatto con i principali mercati dell'economia mondiale.



05

Sviluppo di progetti propri

Il professionista potrà lavorare a un progetto esistente o sviluppare nuovi progetti.

06

Aumento della competitività

Questo Corso Universitario fornirà ai professionisti le competenze per affrontare nuove sfide e far crescere l'organizzazione.

11 Titolo

Il Corso Universitario in Marketing nei Centri Veterinari garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Corso Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Corso Universitario in Marketing nei Centri Veterinari** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Corso Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Corso Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Corso Universitario in Marketing nei Centri Veterinari**
N° Ore Ufficiali: **300 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.



Corso Universitario Marketing nei Centri Veterinari

- » Modalità: **online**
- » Durata: **12 settimane**
- » Titolo: **TECH Università Tecnologica**
- » Dedizione: **16 ore/settimana**
- » Orario: **a scelta**
- » Esami: **online**

Corso Universitario

Marketing nei Centri Veterinari

